

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, L. (2012). *Pemahaman Praktis Komunikasi Antar Budaya*. Medan: USU Press.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azanella, L. A. (2019, 7 11). *Kisah Sutopo dan Aspirasi melalui Gerakan #SuaraTanpaRokok Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Kisah Sutopo dan Aspirasi melalui Gerakan #SuaraTanpaRokok..."*, <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/07/11/122610920/kisah-sutopo-dan-aspira>. Retrieved from Lifestyle.kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/07/11/122610920/kisah-sutopo-dan-aspirasi-melalui-gerakan-suaratanparokok?page=all>
- Azwar, S. (2016). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burhan, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Burhan, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Badan Pusat Statistik. (2016, 12 23). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/23/2015-kelompok-usia-35-39-tahun-merupakan-perokok-terbesar>
- Deoranje. (2016, Agustus). Retrieved Juni 2020, from Musdeoranje.net: <https://www.musdeoranje.net/2016/08/apa-itu-instagram-apa-itu-ig-ini-pengertian-instagram.html>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fajar, R. (2011). *Bahaya Merokok*. Rawamangun: PT. Sarana Bangun Pustaka.
- Fisamawati. (2014). Kualitas Konten Jadi Tolak Ukur. *Digital Marketing*, 128-130.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarta, A. (2013). *Cara Mudah Membuat Font Dengan CorelDRAW*. Jakarta: Andi Publisher.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Instagram. (2020). *Our Story: Instagram*. Retrieved Juni 2020, from Instagram: <https://instagram-press.com/our-story/2/#>
- Irianto, A. (2015, 6 1). *nasional.tempo.co*. Retrieved from <https://nasional.tempo.co/read/671362/kampanye-bahaya-rokok-calon-dokter-bagikan-jeruk/full&view=ok>

- Josephson, S., Kelly, J. D., & Smith, K. (2020). *Handbook of Visual Communication Theory, Methods, and Media*. New York: Routledge.
- Juliana, D. (2018). *Analisis Strategi Penggunaan Instagram dalam Membangun Brand Awareness Airpaz*. Retrieved Juni 2020, from Universitas Bina Nusantara:  
[https://www.library.binus.ac.id/Collections/ethesis\\_detail/2018-2-01237](https://www.library.binus.ac.id/Collections/ethesis_detail/2018-2-01237)
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions*. New York: Clark Baxter.
- Milhinhos, P. R. (2015). *The Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content*. Rio De Janeiro.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, L. W. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches*. England: Pearson Education Limited.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing How to Tell A Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customer by Marketing LEss*. USA: McGraw-Hill.
- Rahmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. (2013). *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ruben, B. D., & Stewart, L. P. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible 3rd Edition*. Canada: John Wiley & Sons.
- Santoso, Baihaqi, A. P., & Persada, S. F. (2017). *Pengaruh KontenPost Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*. Retrieved Juni 2020, from Media Neliti:  
<https://media.neliti.com/media/publications/193101-ID-pengaruh-konten-post-instagram-terhadap.pdf>
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmana, T. (2011). *Mengenal Rokok dan Bahayanya*. Depok: Be Champion.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media Fantastis Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sumadiria, H. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tempo.co. (2015, 6 1). *Kampanye Bahaya Rokok, Calon Dokter Bagikan Jeruk*. Retrieved from <https://nasional.tempo.co/read/671362/kampanye-bahaya-rokok-calon-dokter-bagikan-jeruk/full&view=ok>
- tobaccoatlas.org. (n.d.). Retrieved from <https://tobaccoatlas.org/country/indonesia/>
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Widowati, H. (2019, 5 31). *databoks.katadata.co.id*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/31/indonesia-negara-dengan-jumlah-perokok-terbanyak-di-asean>
- Young, M. (2017). Sikap Pengendara Surabaya Mengenai Pesan Kampanye SAFE STEPS: Road Safety Melalui Iklan Layanan Masyarakat Versi Distracted Driving. *E-Journal*, 4.